

# **STRATEGI PRODUKSI PROGRAM SLAGI ADA DI 97.5 MOTION RADIO.**

## **SKRIPSI**

**Oleh**

**GITA EKO WATI ANJAR SARI - 1200950523**



**Universitas Bina Nusantara**

**Jakarta**

**2011/2012**

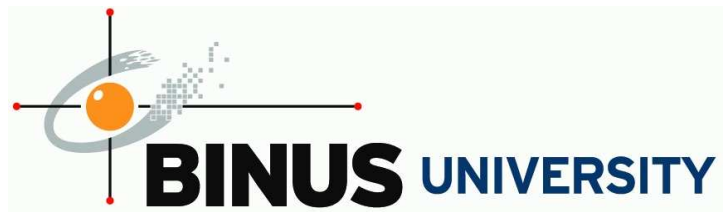
**STRATEGI PRODUKSI PROGRAM SLAGI ADA DI 97.5 MOTION RADIO**

**SKRIPSI**

**diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk gelar kesarjanaan pada  
Jurusan Komunikasi Pemasaran  
Jenjang Pendidikan Strata-1**

**Oleh**

**GITA EKO WATI ANJAR SARI – 1200950523**



**Universitas Bina Nusantara**

**Jakarta**

**2011/2012**

**Pernyataan Kesiapan Skripsi**

**Pernyataan Penyusunan Skripsi**

**Saya, Gita Eko Wati Anjar Sari**

**Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :**

**STRATEGI PRODUKSI PROGRAM SLAGI ADA DI 97.5 MOTION RADIO**

**adalah benar hasil karya saya dan belum pernah diajukan sebagai karya ilmiah,  
sebagian atau seluruhnya, atas nama saya atau pihak lain**

**Gita Eko Wati Anjar Sari  
1200950523**

**Disetujui oleh pembimbing**

**Saya setuju skripsi tersebut untuk Ujian Skripsi**

**H. Rahmat Edi Irawan,S.Pd.M.Si  
Pembimbing**

**Jakarta 15 Juni 2012**

**UNIVERSITAS BINA NUSANTARA**

Jurusan Komunikasi dan Multimedia

Skripsi Sarjana Komunikasi

Semester Genap tahun 2011/2012

**STRATEGI PRODUKSI PROGRAM SLAGI ADA DI 97.5 MOTION RADIO**

**Gita Eko Wati Anjar Sari-1200950523**

**Abstrak**

Penelitian ini dilakukan pada program *Slagi Ada* yang berada pada radio Motion untuk mengetahui apakah *strategi produksi* sudah sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pihak radio Motion untuk meningkatkan minat pendengar.

Metode yang digunakan peneliti pada penelitiannya kali ini yaitu menggunakan pendekatan Kualitatif dengan sifat penelitian deskriptif dan menggunakan metode pengamatan dan partisipasi langsung antara peneliti dengan perusahaan dan objek penelitian yang dilakukan yaitu program *Slagi Ada* dan juga untuk mengetahui strategi yang digunakan pada program *Slagi Ada*.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan ditemukan bahwa *Strategi Produksi* itu memang sudah pasti dimiliki oleh setiap program radio namun terkadang memang *Strategi* haruslah dipoles sedikit berbeda dan disesuaikan dengan target market yang dituju. Pada akhirnya mengenai pada akhirnya *strategi* produksi program itu sendiri memang terbangun dari kerja sama yang baik antara semua team, serta kekonsistensian program tersebut dan perusahaan hanya mengarahkan agar sesuai dengan keinginan atas program yang disiarkan.

Kata Kunci

*Strategi*, Produksi. *Slagi Ada*

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala yang telah diberikan-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **Strategi Produksi Program Slagi Ada di 97.5 Motion Radio** sebagai salah satu syarat kelulusan, maka kuliah kerja praktek pada **Universitas Bina Nusantara** dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Skripsi ini merupakan laporan penelitian untuk mendapatkan gambaran mengenai strategi program produksi program slagi ada di 97.5 Motion Radio. Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu di Fakultas Ekonomi dan Komunikasi, Jurusan Marketing Komunikasi Universitas Bina Nusantara. Penelitian ini merupakan penerapan ilmu yang diperoleh oleh peneliti dalam perkuliahan.

Penulis tidak sendiri dalam melaksanakan dan menyelesaikan penelitian ini. Penulis didukung oleh orang-orang sekitar, oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh keluarga, rekan-rekan atau kerabat yang telah turut membimbing, mendukung, berbagi pengetahuan, memberi semangat dan dukungan, baik moral maupun materil, sehingga akhirnya dapat menyelesaikan laporan kerja praktek ini. Dengan demikian penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebagai berikut:

1. Bapak. **Prof. Dr. Ir. Harjanto Prabowo, MM** selaku Rektor Universitas Bina Nusantara.

2. Bapak. **Dr. Engkos Achmad Kuncoro, SE., MM** selaku Dekan Fakultas Komunikasi dan Multimedia Universitas Bina Nusantara.
3. Bapak. **Drs. R. Damianus Cosmas Bambang Mulyono, Dipl. Broad. Jour** selaku Kepala Jurusan Marketing Komunikasi Universitas Bina Nusantara yang selalu memberikan arahan dan dukungan.
4. Ibu. **Vini Mariani, S.Kom., MM** selaku Sekretaris Jurusan Marketing Komunikasi Universitas Bina Nusantara. Terima kasih atas kesabarannya dalam memeriksa penelitian ini satu per satu.
5. Bapak. **H. Rahmat Edi Irawan, S.Pd.M.Si** selaku Dosen Jurusan Marketing Komunikasi, yang selalu memberikan dukungan moril, semangat, dan motivasi.
6. Untuk kedua orang tua saya Ayah saya **Eko Suropto**, dan Mama saya **Dewi Ratna Wati** yang senantiasa membantu dan mendukung penulis, baik secara moril, materil serta doa yang senantiasa dipanjatkan agar penulis mendapat kemudahan dalam menyelesaikan penelitian.
7. Untuk Mba **Thisi Trensi** selaku Dosen di Bina Nusantara serta Produser di Motion Radio yang telah memberi kesempatan dan ilmu selama proses penelitian ini di lakukan.
8. Untuk Mas **Anton Wahyudi** sebagai Program Director Motion Radio yang telah membantu selama proses wawancara di Motion Radio.
9. Untuk Mba **Angie Rasidy**, selaku produser program Slagi Ada. Terima kasih telah membimbing dan berbagai ilmu, sehingga penulis mampu untuk menyelesaikan penelitian.

10. Terima kasih yang tidak terhingga kepada **Muhammad Afeez**, terima kasih karena selalu menjadi pemberi semangat dan selalu memberi dukungan moral, sehingga penelitian ini selesai tepat pada waktunya.
11. Terima kasih untuk babak bundas group, **Karnita Tri utami, Felicia Astari** yang telah memberi dukungannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.
12. Seluruh teman-teman **Mahasiswa/i Jurusan Marketing Komunikasi Peminatan Broadcasting** Universitas Bina Nusantara angkatan 2008
13. Terima kasih kepada seluruh rekan-rekan **Motion Radio**.
14. Terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.  
Terima kasih atas bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis.

Jakarta, 4 Juni 2012

Penulis

Gita Eko Wati Anjar Sari

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul Luar .....</b>	<b>i</b>
<b>Halaman Judul Dalam.....</b>	<b>ii</b>
<b>Halaman Persetujuan Soft Cover.....</b>	<b>iii</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>iv</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>v</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>viii</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>xii</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>xiii</b>
<b>Daftar Lampiran .....</b>	<b>xiv</b>

### BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Ruang Lingkup .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Metodologi Penelitian.....	7
1.5.1 Pendekatan Penelitian .....	7
1.5.2. Sifat Penelitian .....	8
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	9
1.5.4 Teknik Analisis Data .....	11
1.6 Sistematika Penulisan .....	14



## BAB 2 LANDASAN TEORI

2.1 Teori Umum .....	16
2.1.1 Definisi Komunikasi .....	16
2.1.2 Bentuk dan Model Komunikasi .....	20
2.1.3 Tujuan Komunikasi .....	22
2.1.4 Komunikasi Massa.....	22
2.1.5 Karakteristik Komunikasi Massa.....	23
2.1.6 Media Massa Radio.....	25
2.1.7 Sejarah Radio.....	27
2.2 Teori Khusus .....	28
2.2.1 Program radio .....	28
2.2.2 Jenis Program Radio .....	29
2.2.3 Format Program Radio.....	32
2.2.4 Tahapan Produksi Program Radio .....	33
2.2.5 Strategi program.....	34
2.2.6 Technologycal Determinism Theory.....	36
2.2.7 Diffusion Of Innovation Theory .....	37
2.2.8 Teori Keefektivitasan Pesan.....	37
2.2.9 Analisis SWOT .....	38

## BAB 3 INTI PENELITIAN

3.1 Struktur Organisasi Perusahaan .....	41
3.1.1 Sejarah Radio Motion .....	41

3.1.2	Profil Radio .....	42
3.1.3	Visi dan Misi .....	43
3.1.4	Struktur Organisasi .....	44
3.1.5	Profil Pendengar .....	52
3.1.6	Program Radio .....	53
3.1.7	Profil Program Radio .....	58
3.2	Prosedur Yang Berlaku .....	60
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	63
3.3.1	Pendekatan Penelitian .....	63
3.3.2	Sifat Penelitian .....	65
3.3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	66
3.4	Permasalahan Yang Ada .....	68
3.5	Alternatif Pemecahan Masalah .....	70

## BAB 4 HASIL PENELITIAN

4.1	Penyajian Data Penelitian .....	71
4.1.1	Jenis Penelitian .....	71
4.1.2	Lokasi Penelitian .....	72
4.1.3	Fokus Penelitian .....	73
4.1.4	Sumber Data .....	74
4.2	Pengolahan Data .....	76
4.2.1	Deskripsi hasil Penelitian .....	76
4.2.1.1	Deskripsi Strategi Produksi yang dibentuk Program “Slagi Ada” untuk meningkatkan minat pendengar. ....	76

4.2.1.2	Deskripsi hasil penelitian tentang Content Program “Slagi Ada” .....	91
4.2.1.3	Deskripsi Hasil Penyajian Content Program yang Dilakukan Program Director dalam Pembuatan Naskah Program “Slagi Ada” untuk Menjangkau Pendengar.....	96
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian .....	101
4.3.1	Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian .....	101

## BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan .....	110
5.2	Saran .....	110

## DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Job Description Program Departemen .....	45
Tabel 3.2	Job Description Marketing Departemen .....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Radio Motion.....	43
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Program Departemen .....	44
Gambar 3.3 Struktur Organisasi Marketing Departemen .....	50
Gambar 3.4 Logo Program Slagi Ada .....	59

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	DOKUMENTASI .....	L1
Lampiran 2	SCRIPT FEATURE POLISI- POLISI.....	L2
Lampiran 3	RUNDOWN PROGRAM SLAGI ADA .....	L7
Lampiran 4	OPEN CODING .....	L16
Lampiran 5	AXIAL CODING .....	L46
Lampiran 6	SELECTIVE CODING.....	L 67